



GESTÃO DE TURISMO: PROBLEMÁTICAS E POSSÍVEIS SOLUÇÕES

Wilber D'Ávila Santana – davila.wilber@gmail.com

Daniel Pereira da Silva – silvadp@hotmail.com

Universidade Federal de Sergipe - UFS / Engenharia de Produção, Cidade Universitária Prof. "José Aloísio de Campos", Av. Marechal Rondon, s/n - Jardim Rosa Elze, CEP: 49100-000 - São Cristóvão-SE

Resumo: *Dado ao reduzido número de trabalhos relacionados ao setor de turismo encontrados na literatura, este trabalho tem por objetivo a descrição da importância da gestão de turismo, algumas problemáticas existentes, bem como possíveis soluções. Para isto foram discutidas relações entre turismo e meio-ambiente, turismo e inovações tecnológicas, e turismo e situações imprevisíveis, buscando conclusões para melhor entendimento quanto a viabilidade de investimento na gerência da atividade turística.*

Palavras-chave: *Turismo, Gestão de Turismo, Atividade Turística*

1. INTRODUÇÃO

O serviço turístico é o resultado de uma reunião entre infra-estruturas e outros serviços que são atrativos aos clientes, e para que haja eficácia nesse processo, é necessário saber quais os fatores que exercem maior influência na escolha dos usuários, visto que a elaboração das estratégias adequadas por parte da gerência, a qual está buscando qualidade e singularidade para o serviço prestado, dependem muito das preferências dos consumidores (FLECHA e FUSCO, 2008). O turismo pode ser visto de várias formas, por diversos ângulos, por qualquer cultura, em qualquer cultura, e vai envolver tanto indivíduos das classes mais altas quanto das classes mais baixas. Só para ilustrar de que forma esse tipo de serviço atinge as classes sociais média-baixas, segundo Rahier (2008 apud RID *et al.*, 2013), muitos países que se encontram em desenvolvimento tem visto na indústria do turismo uma potencial solução para as baixas taxas de emprego, insuficiência de moedas estrangeiras nos respectivos países e baixas receitas dos governos.

Segundo informação contida no site do Governo Brasileiro (2013), de acordo com a Organização Mundial do Turismo (OMT), a receita internacional gerada pela atividade turística movimentou aproximadamente 1,2 trilhões de dólares no ano de 2011. E ainda de



acordo com dados da OMT, dos anos de 2003 a 2009, o crescimento da indústria do turismo atingiram 32,4%.

Ao mesmo tempo que pode ser dito como o destruidor de culturas, pela influência, pela degradação que de uma forma grande ou pequena gera ao meio visitado, o turismo pode ser dito também como o salvador das economias, pela geração de empregos, oportunidades geradas aos desfavorecidos, entre outros fatores (SIMPSON, 2007). Deste modo, e junto a este meio de aspectos positivos e negativos, certos e errados, que entra o gerenciamento da atividade turística, pois esse tipo de gestão é quem vai balancear da melhor forma os efeitos gerados a todas as partes envolvidas no processo, sejam a natureza, os investidores, os nativos da região, e/ou os recursos em geral necessários à execução da atividade. São diversos os problemas que envolvem esse tipo de gestão, e é nesta temática que o presente trabalho se justifica, identificando a importância da gestão de turismo, e apresentando, a partir de uma revisão bibliográfica, alguns típicos problemas que se encontram no dia-a-dia de quem está engajado nessa área, ao mesmo tempo que apresenta algumas formas de solucioná-los.

Dado a observação de escassez de artigos atuais que busquem o avanço científico envolvendo essa temática, cabe neste ponto salientar que a metodologia utilizada foi baseada na pesquisa de artigos periódicos no “Sciencedirect”, e pela busca de artigos de congresso do “SIMPEP”. Os artigos referenciados, em sua maioria, foram publicados entre 2007 e 2012, com o principal objetivo de apresentar informações atuais ao referido tema, utilizando palavras-chaves como: management tourism, tourism, management, importance, e gestão de turismo

2. PROBLEMÁTICAS EXISTENTES

2.1 Gestão de turismo diante dos impactos culturais e ambientais

A ameaça ao planeta por parte das mudanças climáticas, bem como a diminuição dos recursos naturais e socioeconômicos estão levando o homem a avaliar melhor suas atitudes; prova disso é a tendência que está havendo de maior disponibilidade e demanda de produtos mais responsáveis para com os recursos naturais. Neste contexto, a indústria do turismo não fica de fora desse raciocínio de responsabilidade, uma vez que a conservação de toda a

estrutura social e ambiental das áreas influenciam positivamente o negócio turístico (FREY e GEORGE, 2009).

Assim, é percebido que na sociedade moderna a indústria turística está passando por mudanças no comportamento com a natureza (CHEN, 2010), além de ser uma questão de ética, tanto por parte dos turistas quanto pelos prestadores de turismo, saber se comportar e agir com atitudes responsáveis e de respeito, em que todos saem ganhando (FREY e GEORGE, 2009). Segundo Waligo *et al.* (2012), o descompromisso ou ineficácia nesse pensamento sustentável é um grande obstáculo para a realização dos ideais, pois, como foi citado por Jalani (2012), o turismo sem planejamento ou planejado de forma errada pode ter sérios efeitos negativos.

O planejamento sustentável, a execução, o controle e o feedback do que está sendo executado, pode fornecer medidas que tragam maior satisfação a todos os envolvidos no processo de gestão turística, principalmente o ponto alvo dessa atividade, o cliente (COGHLAN, 2011).

É nítida a necessidade de conciliar o zelo dos recursos naturais utilizados com a atividade turística, visto que uma não sobreviverá sem a outra, e isso é possível desde que haja determinação e cuidado por parte do gestor, além da forma com que ele consegue convencer todos os outros (turistas, nativos, etc), já que é detentor da função de liderança.

Segue uma provável situação: pontos que normalmente são alvos de investimentos turísticos são as áreas marinhas, e devido à quantidade imensurável dos constituintes da fauna e flora existentes, esse tipo de investimento se torna muitas vezes inviável e irresponsável; entretanto, existem maneiras de manter essa atividade turística de maneira legal, responsável, e um exemplo é a marinha protegida. Segundo Fabinyi (2008), o objetivo científico das áreas de marinhas protegidas é propiciar o uso humano do local da mesma maneira que propicia o desenvolvimento dos recursos naturais e sociais envolvidos, causando neste contexto uma área reservada para reprodução de peixes, por exemplo, separada da área destinada ao uso turístico.

2.2 Gestão de turismo diante das inovações, tecnologias, competitividade e lealdade

As TIC (Tecnologias da Informação e Comunicação) estão permitindo que cada vez mais os viajantes tenham acesso as informações confiáveis e precisas, além de proporcionarem melhorias na velocidade e nos custos, evitando certas inconveniências trazidas pelos métodos



tradicionais (O'CONNOR, 1999, apud BUHALIS e LAW, 2008). Segundo autores citados por BUHALIS e LAW (2008), o avanço tecnológico e a atividade turística cresceram juntos durante os últimos anos.

Deste modo, e conforme citado, da necessidade de acompanhar o desenvolvimento da tecnologia e suas respectivas inovações que ocorrem problemas com as empresas de turismo, pois muitas vezes o direcionamento da empresa não é o correto, isto é, ela não acompanha os rastros das novidades da maneira devida, e mesmo aquelas que acompanham, podem não estar fazendo o processo da maneira correta, além de existirem as gestões em que não há recurso disponível para seguir o fluxo das inovações, ou seja, a própria empresa se limita, causando seu entrave tecnológico e informacional. Essa relação de desenvolvimento tecnológico e gestão da atividade turística resulta na competitividade, pois as que estiverem mais preparadas a prestar o melhor serviço, com a melhor tecnologia e mais inovadora sairá na frente nos critérios de escolha do consumidor. Além de que quanto mais os clientes são agradados e satisfeitos com o serviço, mais eles serão leais à empresa, por isso que, de acordo com Craft (1999 apud HSU *et al.*, 2009), a lealdade é uma das estratégias utilizadas para melhorar a vantagem competitiva.

O turismo é o setor de serviços mais volátil e vulnerável, haja vista que podem ser afetados pela política, economia, sociedade e tecnologia, e essa é a principal justificativa da necessidade que o gestor de turismo tem de continuar informado, alerta sobre as mudanças, tentando entender as ocorrências para que tente impor coerência em possíveis previsões do que está por vir (SIGALA e CHALKITI, 2013).

Portanto, uma possível saída de situações como essas é a atualização constante, atitude pró-ativa para com os acontecimentos, além de buscar a direção correta da tecnologia e principalmente saber o que o seu público alvo está desejando (SIGALA e CHALKITI, 2013).

2.3 Gestão de turismo diante das imprevisibilidades, crises e ameaças de terrorismo

Segundo Brown (1989 apud CIOCCIO e MICHAEL, 2005), a ameaça de desastres naturais é inevitável, sendo a indústria de turismo particularmente propensa ao acontecimento desses tipos de situações (CIOCCIO e MICHAEL, 2005; HYSTAD e KELLER, 2007). Esses são alguns fatores que explicam a necessidade da criação de um núcleo de gestores de destinos turísticos que se preocupem com as crises e com a gestão de desastres (RITCHIE, 2003).



A gestão de crises dentro do contexto turístico é uma técnica que visa evitar emergências e traz planejamento para os possíveis imprevistos, além de se preocupar em como agir nos momentos que não se consegue conter a situação indesejada, de forma a amenizar as consequências desastrosas. Deste modo, é observado que os acidentes de trânsito, os ataques terroristas, os surtos de doenças infecciosas, bem como os desastres naturais exercem uma grande influência na indústria turística, sendo nesses tipos de problemas que a atividade do turismo se empenha em agir da melhor maneira possível, mesmo com as altas limitações existentes uma vez que são situações que fogem totalmente do controle do administrador, previstos apenas em probabilidades, atitudes pró-ativas, flexibilidade diante das crises, alto investimento em tecnologia, a qual possibilitará desenvolvimento na segurança e nas informações adquiridas, e que trarão auxílio no combate às imprevisibilidades (JIA *et al.*, 2011).

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tendo em vista os pontos abordados, é possível perceber que o gerenciamento do serviço turístico tem muita importância na sociedade, haja vista sua influência ambiental, econômica e social, sendo o gestor de turismo a pessoa que aparece, que planeja, executa e controla os diversos recursos envolvidos. Por outro lado, as problemáticas envolvidas dizem respeito ao meio-ambiente, à inovação em tecnologia e a habilidade do administrador em lidar com situações inesperadas, por intermédio, em especial, do bom-senso, pró-atividade, conhecimento, e tecnologia. Salientando-se que a área científica do turismo necessita de pesquisas mais detalhadas possibilitando expansão do conhecimento existente, com novidades sobre as perspectivas futuras, soluções de problemas e melhoria nas tomadas de decisões.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BUHALIS, D.; LAW, R. Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet - The state of Tourism research. *Tourism Management*, v. 29, p. 609-623, 2008.
- CHEN, C. Diversifying fisheries into tourism in Taiwan: Experiences and prospects. *Ocean & Coastal Management*, v. 53, p. 487-492, 2010.



CIOCCIO, L.; MICHAEL, E.J. Hazard or disaster: Tourism management for the inevitable in Northeast Victoria. *Tourism Management*, v. 28, p. 1-11, 2005.

COGHLAN, A. Facilitating reef tourism management through an innovative importance-performance analysis method. *Tourism Mnaement*, v. 33, p. 767-775, 2011.

FABINYI, M. Dive tourism, fishing and marine protected areasin the Calamianes Islands, Philippines. *Marine Policy*, v. 32, p. 898-904, 2008.

FLECHA, A.C.; FUSCO, J.P.A. Indicadores de desempenho: Uma proposta para PMEs do turismo. XV Simpósio de Engenharia de Produção – SIMPEP. 2008

FREY, N.; GEORGE, R. Responsible tourism management: The missing link between business owners' attitudes and behaviour in the Cape Town tourism industry. *Tourism Management*, v. 31, p. 621-628, 2009.

GOVERNO BRASILEIRO. Turismo chega a 1 bilhão de viagens em 2012. Organização Mundial do Turismo, 2012. Disponível em: <
<http://www.brasil.gov.br/noticias/arquivos/2012/12/13/turismo-chega-a-1-bilhao-de-viagens-em-2012>> Acessado em: 16 de setembro de 2013.

HSU, C.; SHIH, M.; HUANG, B.; LIN, B.; LIN, C. Predicting tourism loyalty using an integrated Bayesian network mechanism. *Expert Systems with Applications*, v. 36, p. 11760-11763, 2009.

HYSTAD, P.W.; KELLER, P.C. Towards a destination tourism disaster management framework: Long-term lessons from a forest fire disaster. *Tourism Management*, v. 29, p. 151-162, 2007.

JALANI, J.O. Local people's perception on the impacts and importance of ecotourism in Sabang, Palawan, Philippines. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, v. 57, p. 247-254, 2012.



- JIA, Z.; SHI, Y; JIA, Y; LI, D. A Framework of Knowledge Management Systems for Tourism Crisis Management. *Procedia Engineering*, v. 29, p. 138-143, 2011.
- RID, W.; EZEUDUJI, I.O.; PRÖBSTL-HAIDER, U. Segmentation by motivation for rural tourism activities in The Gambia. *Tourism Management*, v. 40, p. 102-116, 2013.
- RITCHIE, B.W. Chaos, crises and disasters: a strategic approach to crisis management in the tourism industry. *Tourism Management*, v. 25, p. 669-683, 2003.
- SIGALA, M.; CHALKITI, K. Investigating the exploitation of web 2.0 for knowledge management in the Greek tourism industry: An utilisation–importance analysis. *Computers in Human Behavior*, v. xxx, p. 1-13, 2013.
- SIMPSON, M.C. Community Benefit Tourism Initiatives—A conceptual oxymoron? *Tourism Management*, v. 29, p. 1-18, 2007.
- WALIGO, V.M.; CLARKE, J.; HAWKINS, R. Implementing sustainable tourism: A multi-stakeholder involvement management framework. *Tourism Management*, v. 36, p. 342-353, 2012.